Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Série « santé et bien-être »

Isolat de protéine de pois
dans les aliments et les boissons

Aout 2016

SOMMAIRE

À l'échelle mondiale, 170 produits contenant un isolat de protéine de pois ont été lancés entre janvier 2011 et décembre 2015 : 143 produits dans la catégorie des aliments et 36 produits dans la catégorie des boissons.

Avec 61 produits, les États-Unis ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits alimentaires contenant des isolats de protéine de pois au cours de la période à l'étude (de janvier 2011 à décembre 2015). Ils ont également lancé le plus grand nombre de nouvelles boissons contenant des isolats de protéine de pois (17).

Les allégations les plus couramment utilisées pour les aliments et les boissons contenant un isolat de protéine de pois étaient de l'ordre de « convient à » (c.-à-d. teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, sans gluten, sans ingrédient animal, etc.).

L'entreprise canadienne Daiya Foods a été une chef de file pour le lancement de produits renfermant un isolat de protéine de pois au cours des 5 dernières années avec 13 produits aux États-Unis et 5 produits au Canada.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1

Nouveaux produits renfermant un isolat de protéine de pois 2

Principales entreprises 3

Allégations santé 4

Au cours des trois derniers mois 6

Exemples de nouveaux produits 7

Taille du marché 9

Conclusion 10

Pour plus de renseignements 10

Ressources 10

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.

NOUVEAUX PRODUITS RENFERMANT UN ISOLAT DE PROTÉINE DE POIS

De janvier 2011 à décembre 2015, 170 nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois ont été lancés à l'échelle mondiale. Les États-Unis (É.-U.) ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 78 au total. La plupart des produits du pays étaient des barres collation/céréalières/énergétiques, boissons vendues comme substituts de repas ou des succédanés de viande.

Avec une majorité de produits dans les sous-catégories de la volaille transformée, du fromage fondu et des barres collation/céréalières/énergétiques, le Canada se situe au deuxième rang quant au nombre de lancements de nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois. Dix produits contenant un isolat de protéine de pois ont été mis en marché au Brésil, la plupart desquels étaient des boissons vendues comme substituts de repas. Le Royaume-Uni (R.-U.) a lancé au total 10 nouveaux produits renfermant un isolat de protéine de pois, dont la majorité était des boissons vendues comme substituts de repas, des produits de pain ou des barres collation/céréalières/énergétiques. L'Italie se classe au cinquième rang avec ses sept lancements de produits, soit trois produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs, deux hors-d'œuvre, une sorte de biscuits salés/craquelins et une boisson vendue comme substituts de repas.

Nouveaux produits renfermant un isolat de protéine de pois dans les cinq principaux marchés, par catégorie, de janvier 2011 à décembre 2015

Pays	Catégorie de produits	Nombre de produits
Nombre total de produits		170
États-Unis – 78	Aliments	61
	Boissons	17
Canada – 32	Aliments	31
	Boissons	1
Brésil – 10	Boissons	9
	Aliments	1
Royaume-Uni – 10	Boissons	5
	Aliments	5
Italie – 7	Aliments	6
	Boissons	1
Autres pays – 33	Aliments	30
	Boissons	3

Source : Mintel, 2016.

Au cours des cinq dernières années, le marché des produits contenant un isolat de protéine de pois s'est accru pour atteindre 64 produits en 2015.

Nouveaux aliments emballés et boissons renfermant un isolat de protéine de pois dans les cinq principaux marchés, de janvier 2011 à décembre 2015

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	Total
États-Unis	5	4	18	24	27	78
Canada	0	2	8	7	15	32
Brésil	0	0	1	0	9	10
Royaume-Uni	2	1	0	3	4	10
Italie	0	0	2	3	2	7
Autres pays	5	5	6	10	7	33
Total	12	12	35	47	64	170

Source : Mintel, 2016.

De janvier 2011 à décembre 2015, les quatre principales sous-catégories étaient celles des collations, des produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs, des autres boissons et des plats d'accompagnement.

- Dans la sous-catégorie des collations, 30 produits étaient des barres collation/céréalières/énergétiques, 6 étaient des collations à base de haricots, 5 étaient des collations aux légumes, 2 étaient des collations à base de maïs et 2 étaient des hors-d'œuvre.
- Dans la sous-catégorie des produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs, 17 étaient des succédanés de viande, 13 étaient des produits de volaille, 3 étaient des produits de viande et 2 étaient des produits de poisson.
- Dans la sous-catégorie des autres boissons, tous les produits étaient des boissons vendues comme substituts de repas.
- Dans la sous-catégorie des plats d'accompagnement, tous les produits étaient des plats d'accompagnement à base de pâtes.

Nouveaux aliments emballés et boissons renfermant un isolat de protéine de pois dans le monde, par sous-catégorie, de janvier 2011 à décembre 2015

Sous-catégorie de produits	Nombre de produits
Collations	45
Autres boissons	35
Produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs	35
Plats d'accompagnement	15
Produits laitiers	14
Produits de boulangerie	8
Desserts et crème glacée	7
Repas et plats principaux	7
Céréales pour petit déjeuner	1
Sauces et assaisonnements	1
Tartinades salées	1
Boissons pour sportifs et énergisantes	1

Source : Mintel, 2016.

PRINCIPALES ENTREPRISES

L'entreprise canadienne Daiya Foods a été une chef de file pour le lancement de produits renfermant un isolat de protéine de pois avec un total de 18 produits lancés entre janvier 2011 et décembre 2015. La plupart de leurs produits étaient dans la catégorie des produits laitiers (13 fromages fondus), mais ils ont également lancé 5 desserts congelés.

L'entreprise italienne Dr. Schär a procédé au deuxième plus grand nombre de lancements avec 13 produits, tous des pâtes. Leurs produits sont vendus en Turquie, en Espagne, en France, en Norvège, en Russie, au Mexique, au Pérou et en Égypte.

L'entreprise américaine Beyond Meat a lancé 6 nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois au cours de la période à l'étude (de janvier 2011 à décembre 2015). Tous leurs produits étaient des succédanés de viande.

L'entreprise britannique Pulsin' a lancé 6 nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois, tous des barres-collation protéinées. Ces produits étaient vendus en Finlande, en Allemagne, aux Pays-Bas, au R.-U. et en Afrique du Sud.

L'entreprise américaine Good Bean a lancé 6 nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois, tous des collations à base de haricots. Leurs produits sont surtout vendus aux É.-U., à l'exception d'un produit vendu au Canada.

Principales entreprises et nombre de produits contenant un isolat de protéine de pois dans chacun des cinq principaux marchés, de janvier 2011 à décembre 2015

Pays	Entreprise	Nombre de produits
États-Unis	Daiya Foods (Canada)	13
	Beyond Meat (É.-U.)	6
	Kind (É.-U.)	5
	The Good Bean (É.-U.)	5
	Health Warrior (É.-U.)	4
	Lightlife Foods (É.-U.)	4
Canada	Daiya Foods (Canada)	5
	Loblaws (Canada)	4
	M&M Meat Shops (Canada)	4
	Pinty's Delicious Foods (Canada)	4
	Genuine Health (Canada)	3
	Olymel (Canada)	3
Brésil	Codap (Brésil)	3
	Danone (Brésil)	3
	Renk's Industrial (Brésil)	3
	Danone (Brésil)	2
	Nutricia (Pays-Bas)	2
Royaume-Uni	Boulder Brands (R.-U.)	2
	GlaxoSmithKline (R.-U.)	2
	Superdrug (R.-U.)	2
	International Natural produits (Suisse)	1
	Nature Valley (R.-U.)	1
Italie	Padoa (Italie)	5
	Enervit (Italie)	1
	Nestlé (Italie)	1

Source : Mintel, 2016

ALLÉGATIONS SANTÉ

Parmi les produits présentant une allégation de « teneur faible, nulle ou réduite en allergènes », 27 étaient des barres collation/céréalières/énergétiques, 24 étaient des boissons vendues comme substituts de repas, 14 étaient des pâtes, 13 étaient des produits de volaille, 13 étaient des fromages fondus, 12 étaient des succédanés de viande, 6 étaient des collations à base de haricots, 5 étaient des desserts congelés, 5 étaient des produits de pain, 5 étaient des collations de légumes, 2 étaient des garnitures à dessert, 1 était une boisson à base de riz/noix/céréales/graines, 1 était un mets préparé, 1 était une boisson énergisante et 1 était un produit de viande. Les É.-U. ont lancé le plus grand nombre de produits présentant cette allégation, soit 62 nouveaux produits entre janvier 2011 et décembre 2015, suivis du Canada avec 26 lancements de produits pendant la même période.

La plupart des produits contenant un isolat de protéine de pois et présentant les allégations « sans ingrédient animal » et « sans gluten » étaient dans les sous-catégories des collations, des produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs et des boissons vendues comme substituts de repas. Les É.-U. ont lancé le plus grand nombre de produits présentant l'allégation « sans ingrédient animal » (47 lancements de produits), suivis du Canada (12 lancements de produits).

Nouveaux aliments emballés et boissons renfermant un isolat de protéine de pois selon les 20 principales allégations, de janvier 2011 à décembre 2015

Claims	Nombre de produits
Teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	130
Sans gluten	124
Sans ingrédient animal	74
Végétalien	73
Sans OGM	65
Casher	46
Teneur faible, nulle ou réduite en lactose	45
Sans additifs ni agents de conservation	41
Teneur élevée en protéines	40
Teneur faible, nulle ou réduite en cholestérol	34
Facile à utiliser	26
Emballage écologique	23
Végétarien	22
Produit écologique	21
Riche en fibres ou fibres ajoutées	21
Allant au micro-ondes	19
Produit entièrement naturel	18
Teneur faible, nulle ou réduite en sucre	16
Positionnement – médias sociaux	15
Indice glycémique faible, réduit ou nul	14

Source : Mintel, 2016.

AU COURS DES TROIS DERNIERS MOIS (du 1er janvier au 31 mars 2016)

Il semble que l'utilisation d'un isolat de protéine de pois dans les aliments et les boissons a augmenté de façon importante au cours des derniers mois. Les 47 nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois lancés au cours des 3 derniers mois équivalent à 27,6 % du nombre total de produits lancés au cours des cinq dernières années.

De ces produits, 22 étaient des collations : 13 barres collation/céréalières/énergétiques, 4 collations aux pommes de terre, 3 collations à base de haricots et 2 collations à base de blé et autres céréales. Il y avait également 7 repas/plats principaux, 4 produits laitiers, 3 produits de boulangerie, 3 produits transformés à base de poisson, de viande ou d'œufs, 3 boissons vendues comme substituts de repas, 2 desserts/crèmes glacées, 2 plats d'accompagnement et 1 boisson à base de café glacé.

La plupart des produits ont été lancés aux É.-U. (18 nouveaux produits), suivis du Canada (16), du Brésil (4) et de l'Allemagne (4). L'allégation de teneur faible, nulle ou réduite en allergènes se trouvait apposée à 70 % des nouveaux produits lancés au cours des 3 derniers mois, tandis que l'allégation sans gluten était associée à 62 % des produits, et l'allégation casher, à 51 % des produits.

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

<u>Biscuits double chocolat</u>
Entreprise : Lenny & Larry's
Marque : Lenny & Larry's The Complete Cookie
Catégorie : produits de boulangerie
Sous-catégorie : biscuits sucrés
Pays : É.-U.
Type de lancement : nouvel emballage
Prix en dollars américains : 5,78
Allégations : produit éthique/écologique, sans OGM, casher, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, teneur faible/nulle/réduite en cholestérol, teneur faible/nulle/réduite en sucre, teneur faible/nulle/réduite en gras trans, sans ingrédient animal, médias sociaux, végétalien, végétarien

Description du produit : Les biscuits double chocolat Lenny & Larry's The Complete Cookie ont un nouvel emballage de 452 g contenant 4 biscuits de 113 g et comprenant des liens vers Facebook, Twitter et Instagram. Ce produit fraîchement sorti du four, qui contient 16 g de protéines par biscuit, convient aux végétaliens et ne contient pas d'OGM, de produits laitiers, d'œufs ou de soya. Il est certifié casher et ne contient pas de sirop de maïs riche en fructose, de cholestérol, de gras trans, d'édulcorants artificiels ou d'alcools de sucre. Ces biscuits sont préparés avec de l'huile de palme durable et contiennent 8 g de fibres par biscuit.

<u>Boisson au lait de lin nature, sans produits laitiers et enrichie de probiotiques</u>
Entreprise : Good Karma Foods
Marque : Good Karma
Catégorie : produits laitiers
Sous-catégorie : boisson à base de riz/noix/céréales/graines
Pays : É.-U.
Type de lancement : nouvelle variété/gamme élargie
Prix en dollars américains : 3,50
Allégations : système digestif (aliment fonctionnel), sans OGM, sans gluten, casher, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, teneur faible/nulle/réduite en lactose, sans additifs/agents de conservation

Description du produit : La boisson au lait de lin nature, sans produits laitiers et enrichie de probiotiques Good Karma est riche en calcium et en vitamine D et contient 5 g de protéines végétales et 1 200 mg d'oméga-3 par portion. Cette boisson riche et crémeuse contient 7 cultures vivantes et actives et des bactéries bénéfiques. Le produit est vendu dans une bouteille de 946 ml.

Imitation de bloc de cheddar mi-fort de style artisan
Entreprise : Daiya Foods (Canada)
Marque : Daiya
Catégorie : produits laitiers
Sous-catégorie : fromage fondu
Pays : Canada
Type de lancement : nouvel emballage
Prix en dollars américains : 6,99
Allégations : emballage pratique, emballage éthique/écologique, sans gluten, casher, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, teneur faible/nulle/réduite en cholestérol, sans ingrédient animal, végétalien

Description du produit : L'imitation de bloc de cheddar mi-fort de style artisan Daiya a un nouvel emballage. Ce produit artisanal certifié casher ne contient pas de gluten, de produits laitiers, de soya, de caséine ou de cholestérol, a été confectionné avec soin et convient aux végétaliens. Il est vendu dans un nouvel emballage facile à ouvrir de 200 g fait avec 65 % moins de matériaux.

Cari indien végétarien avec imitation de poulet Beyond Chicken®
Entreprise : General Mills
Marque : Beyond Meat
Catégorie : repas et plats principaux
Sous-catégorie : mets préparés
Pays : É.-U.
Type de lancement : nouveau produit
Prix en dollars américains : 5,69
Allégations : bienfaits pour la beauté, éthique – animaux, emballage éthique/écologique, produit éthique/écologique, sans OGM, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, teneur faible/nulle/réduite en cholestérol, teneur faible/nulle/réduite en gras saturés, allant au micro-ondes, sans ingrédient animal, autre (aliment fonctionnel), végétalien, végétarien

Description du produit : Le cari indien végétarien Beyond Meat avec imitation de poulet Beyond Chicken® contient des lanières d'imitation de poulet Beyond Chicken®, de pommes de terre rouges rôties, de chou-fleur rôti, de pois verts, de lentilles et de quinoa rouge dans une sauce au cari. Ce mets 100 % végétalien peut être chauffé au micro-ondes, contient 21 grammes de protéines végétales et ne contient pas d'OGM, de cholestérol, de gras saturés ou de gras animal. Ce produit respectueux des animaux est vendu dans un paquet de 283 g fait de carton recyclé à 100 %.

TAILLE DU MARCHÉ – CATÉGORIES D'ALIMENTS EMBALLÉS ET DE BOISSONS CHOISIES DANS LES PRINCIPAUX PAYS

Bien qu'il n'y ait aucune donnée concernant la taille du marché des boissons vendues comme substituts de repas, catégorie englobant le plus grand nombre de produits contenant un isolat de protéine de pois au cours des cinq dernières années, le tableau ci-dessous contient des données sur la taille du marché d'autres catégories populaires de produits qui comprend souvent, mais pas nécessairement des produits contenant un isolat de protéine de pois, comme les pâtes, les barres-collation, les succédanés de viande et les viandes et produits de la mer transformés.

Avec des ventes au détail d'une valeur de 2,9 milliards de dollars américains en 2015, l'Italie constituait le plus gros marché pour les pâtes, mais le Brésil a présenté le plus haut taux de croissance avec un taux de croissance annuel composé de 6,7 % de 2010 à 2015.

Les É.-U. constituaient le plus gros marché pour les barres-collation, avec une valeur de 6,8 milliards de dollars américains en 2015, ainsi que pour les succédanés de viande (632 millions de dollars américains) et les viandes et produits de la mer transformés (36,7 millions de dollars américains). Toutefois, le Brésil a connu la plus forte croissance quant au marché des barres-collation de 2010 à 2015, avec un taux de croissance annuel composé de 22 %, ainsi que pour la catégorie des viandes et produits de la mer transformés (4,1 %); l'Italie a quant à elle connu la plus forte croissance dans la catégorie des succédanés de viande (avec un taux de croissance annuel composé de 6,8 % de 2010 à 2015).

Taille du marché, valeur des ventes au détail en millions de dollars américains
Aliments emballés, boissons et produits favorisant la santé et le bien-être dans certaines catégories pour des pays choisis

Pays	Catégorie	2010	2015	2016	2020	*TCAC 2010-2015	*TCAC 2016-2020
États-Unis	Pâtes	2 669,9	2 761,6	2 828,4	2 875,5	0,7	0,4
	Barres-collation	5 5986,0	6 846,4	7 001,1	7 472,6	4,1	1,6
	Succédanés de viande	491,0	632,2	649,3	730,0	5,2	3,0
	Viandes et produits de la mer transformés	30 458,1	36 690,3	37 252,7	39 875,4	3,8	1,7
Canada	Pâtes	617,5	729,1	740,6	776,1	3,4	1,2
	Barres-collation	702,8	848,4	879,6	975,9	3,8	2,6
	Succédanés de viande	83,1	100,0	102,0	110,2	3,8	1,9
	Viandes et produits de la mer transformés	4 299,3	5 067,0	5 225,0	5 781,0	3,3	2,6
Brésil	Pâtes	1 216,6	1 681,9	1 720,5	1 889,3	6,7	2,4
	Barres-collation	143,0	387,0	433,2	639,4	22,0	10,2
	Succédanés de viande	-	-	-	-	-	-
	Viandes et produits de la mer transformés	1 854,5	2 645,3	2 758,6	3 241,2	7,4	4,1
Royaume-Uni	Pâtes	740,3	850,0	861,3	883,7	2,8	0,6
	Barres-collation	615,0	754,2	753,8	774,8	4 2	0,7
	Succédanés de viande	293,6	328,9	328,8	337,8	2,3	0,7
	Viandes et produits de la mer transformés	11 614,7	12 351,6	12 103,3	12 034,0	1,2	-0,1
Italie	Pâtes	3 124,7	2 901,8	2 878,1	2 589,5	-1,5	-2,6
	Barres-collation	167,4	166,3	166,1	166,4	-0,1	0,1
	Succédanés de viande	5,6	7,8	8,1	9,1	6,8	2,8
	Viandes et produits de la mer transformés	12 062,4	13 893,7	13 967,2	13 640,8	2,9	-0,6

Source : Euromonitor International, 2016.
***TCAC :** taux de croissance annuel composé
Remarque : Cette taille de marché ne comprend que certaines catégories de produits dans certains pays parmi les aliments emballés et les boissons pour lesquels il y a eu un nombre important de lancements de nouveaux produits contenant un isolat de protéine de pois.

Soulignons également d'autres catégories de produits notables telles que les boissons chaudes et les aliments pour nourrissons de type « santé et bien-être ». Bien que la valeur du segment des aliments pour nourrissons de type « santé et bien-être » au Brésil ne s'élevait qu'à 596,3 millions de dollars américains en 2015, elle s'est accrue à un taux de croissance annuel composé de 18,5 % de 2010 à 2015. Au Canada, les boissons chaudes de type « santé et bien-être » représentaient une valeur de 860,2 millions de dollars américains en 2015, avec un taux de croissance annuel composé de 20,3 % de 2010 à 2015. On s'attend à un taux de croissance annuel composé de 15,5 % dans cette catégorie de 2016 à 2020.

CONCLUSION

Au cours des cinq dernières années, les isolats de protéine de pois ont surtout été utilisés dans les boissons vendues comme substituts de repas, les barres collation/céréalières/énergétiques, les succédanés de viande, les pâtes et les produits de volaille. Les allégations les plus souvent associées à ces produits ont été du type « convient à », telles que « teneur faible, nulle ou réduite en allergènes » ou « sans gluten ».

Bien que les É.-U. constituent le plus gros marché dans la plupart des catégories de produits, il y a des possibilités dans les marchés dont la croissance est importante, comme celui des barres-collation et des aliments pour nourrissons de type « santé et bien-être » au Brésil et celui des boissons chaudes de type « santé et bien-être » au Canada.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delequescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché japonais et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

http://ats-sea.agr.gc.ca/

RESSOURCES

Base de données d'Euromonitor International, 2016.

Base de données mondiale de Mintel sur les nouveaux produits, 2016.

ISOLAT DE PROTÉINE DE POIS DANS LES PRODUITS ALIMENTAIRES ET LES BOISSONS

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Julie Acheson, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS